



COMMENT CREDIBILISER LE REPORTING SOCIETAL ?

Géraldine Riviere

► To cite this version:

Géraldine Riviere. COMMENT CREDIBILISER LE REPORTING SOCIETAL ?. COMPTABILITE, CONTROLE, AUDIT ET INSTITUTION(S), May 2006, Tunisie. pp.CD-Rom. halshs-00558249

HAL Id: halshs-00558249

<https://shs.hal.science/halshs-00558249>

Submitted on 21 Jan 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

COMMENT CREDIBILISER LE REPORTING SOCIÉTAL ?

Géraldine RIVIERE

Doctorante de l'ERFI, Université de Montpellier I

ATER à l'ISEM – Université de Montpellier I

Espace Richter – Bât E – Rue Vendémiaire –

CS 19519 – 34960 Montpellier cedex 2

geraldine.riviere@free.fr

Tel. 06 09 40 57 58

RESUME :

Alors que le reporting sociétal tend à se généraliser, de nombreuses questions restent en suspens. Conformément à la logique positive comptable, il convient notamment de se demander si les informations diffusées permettent de mieux appréhender la valeur globale de l'entreprise. Cette interrogation appelle des questionnements théoriques jusqu'alors non résolus : Quelle est l'utilité du reporting sociétal pour les utilisateurs ou le marché financier ? Comment se positionne-t-il par rapport au reporting financier ? ou encore Quels sont les enjeux de sa vérification ? A partir d'une synthèse des travaux théoriques et empiriques antérieurs, une orientation de recherche est proposée. L'audit sociétal est supposé pouvoir rassurer les investisseurs et contribuer à une meilleure prise en compte du reporting sociétal dans les choix d'investissement.

Mots clef : reporting sociétal, audit sociétal, utilité du reporting sociétal

This paper relates the extent of the environmental and social reporting and the questions which haven't been solved yet. In reference to the positive accountant theory, we wonder if the social and environmental disclosure contributes to a better appraisal of the global value of the firm. Other questions should be usefully investigated: What is the utility of the social reporting for the stakeholders? What is the link between the two kinds of reporting? What are the stakes of its verification? From a theoretical and empirical synthesis, a new way of research is proposed concerning the contribution of audit to the integration of environmental information in investment choices.

Key words: social reporting, social audit, utility of the social reporting

La généralisation du reporting sociétal témoigne d'une prise de conscience accrue par les entreprises de leur responsabilité sociale. Alors que le reporting sociétal est considéré par certains comme un simple outil de dialogue entre l'entreprise et ses différentes parties prenantes, les tenants d'une comptabilité sociale lui reconnaissent une utilité dans la prise de décisions. Ces derniers considèrent ainsi le reporting sociétal comme faisant partie intégrante du reporting financier, dans la mesure où il fournit des informations sociales et environnementales nouvellement sollicitées par les investisseurs. Toutefois, l'utilisation du reporting sociétal dans les choix d'investissement n'a pas été démontrée de façon significative. Ceci semble se justifier par le manque de crédibilité de ce reporting associé à une fiabilité des données non avérée. Aussi, il est supposé que le recours progressif des entreprises à l'audit sociétal soit destiné à rassurer les investisseurs quant à la fiabilité des informations communiquées. Dès lors, une étude de la contribution de l'audit à la prise en compte des informations sociétales dans les choix d'investissement paraît pertinente. Aussi, la première partie a pour objectif de positionner cette perspective de recherche au regard des travaux théoriques et empiriques antérieurs (1). La deuxième partie vise à proposer l'audit sociétal en tant qu'élément de réponse au renforcement de la crédibilité du reporting sociétal (2).

1. SYNTHESE ET PERSPECTIVE DE RECHERCHE SUR LE REPORTING SOCIÉTAL

Le reporting sociétal s'est développé en écho de l'exigence de responsabilité nouvellement affirmée et imposée par la société au monde des affaires. Les attentes de la société envers les entreprises, jusqu'alors sous-entendues car supposées évidentes, occupent désormais une place importante dans le débat public. Ainsi, le reporting sociétal est né de l'aveu des préoccupations grandissantes de la société en ce qui concerne le comportement socialement responsable des entreprises. Ainsi, une synthèse des recherches relatives au reporting sociétal est effectuée à la lumière de la notion de « responsabilité sociale de l'entreprise » (1.1.), avant d'envisager les différentes conceptions théoriques de la responsabilité sociale des entreprises (1.2.).

1.1. POSITIONNEMENT D'UNE NOUVELLE ORIENTATION DE RECHERCHE

Les préoccupations croissantes relatives à la nécessaire protection de l'environnement et des droits sociaux internes et externes à l'entreprise ont contribué à replacer l'entreprise au coeur d'une société, c'est-à-dire d'un ensemble d'individus dont la vie est organisée par des institutions, des lois et des règles explicites ou tacites qu'elle doit respecter. L'entreprise s'est ainsi vue rappeler la responsabilité dite « sociale » dont elle est investie et dont les contours ont évolué depuis les années 50, période où le secteur des affaires s'est imposé dans la société. Les entreprises éprouvent aujourd'hui le besoin de justifier leur comportement socialement responsable sur la base d'un reporting sociétal qui tend à se généraliser. Après un examen des concepts de « responsabilité sociale de l'entreprise » et de « reporting sociétal », une synthèse des différents types de recherches relatives au reporting sociétal seront évoqués.

1.1.1. Précisions sémantiques

Le concept de « Responsabilité Sociale de l'Entreprise » (RSE)

Une revue de la littérature effectuée par Carroll (1999) souligne l'évolution sémantique du concept de RSE. Bowen (1953) fut ainsi l'un des premiers à en donner une définition considérant qu'« elle se réfère aux obligations d'un homme d'affaires en ce qui concerne la poursuite de politiques, la prise de décisions et la poursuite de lignes de conduite qui répondent aux objectifs et aux valeurs considérées comme désirables par notre société ». Les recherches sur la RSE des années 1950-60 visaient ainsi essentiellement à identifier les responsabilités des entreprises et leur étendue (Gond, 2003). Friedman (1962) s'est opposé vivement à cette conception en déclarant que « rien n'est plus dangereux pour les fondements de notre société que l'idée d'une responsabilité sociale des entreprises autre que de générer un profit maximum pour leurs actionnaires ». En 1973, Eilbert & Parket partagent une définition de la RSE fondée sur l'approche pragmatique et managériale propre aux années 1970 (Gond, 2003). Selon eux, « peut-être que la meilleure manière de comprendre la responsabilité sociale est de la penser comme un bon voisinage. Ce concept implique deux phases. Premièrement, il signifie qu'il ne faut pas faire des choses de nature à perturber le voisinage. Deuxièmement, il peut s'exprimer comme l'hypothèse de l'obligation volontaire d'aider à résoudre les problèmes de voisinage ». Les années 1980-90, se caractérisent par une réflexion plus

profonde sur les valeurs de l'entreprise et leur mise en oeuvre (Gond, 2003). Ainsi, Carroll élabore en 1979 un des premiers modèles conceptuels de mesure de la performance sociétale sur la base d'une matrice opposant quatre niveaux de performance (économique, légale, éthique et discrétionnaire), à quatre attitudes de l'entreprise (dénier, faire le minimum, être progressiste et prévenir pour être leader). Plus récemment, Reynaud (2003) a proposé un schéma de la performance globale composée de la performance financière, sociale et environnementale mais dont l'interaction entre les différents niveaux de performance n'a pas été identifiée.

Ainsi, le concept de RSE a évolué d'une approche philosophique relative à la responsabilité de l'entreprise dans son acception la plus large, vers une réflexion sur les facteurs susceptibles de satisfaire le développement durable sans toutefois sacrifier sa performance économique (Gond, 2003).

Le concept de « Reporting Sociétal »

Owen, Swift, Humphrey & Bowerman (2000) considèrent que le débat sur les parties prenantes de la fin des années 80 et début des années 90, de même que la globalisation de l'économie et le changement rapide du monde, ont joué le rôle de catalyseur dans les tentatives de démonstration de la responsabilité et de la transparence des entreprises. Les premiers dirigeants d'entreprise qui se sont aventurés dans la publication d'un rapport sociétal ont ainsi clairement exprimé leur volonté d'adopter un comportement responsable (Persais, 2003). Un effet de mimétisme combiné à des initiatives collectives ont par la suite participé à la reconduction de cette démarche responsable. Persais (2003) considère toutefois que cette mobilisation managériale est empreinte d'opportunisme, les entreprises souhaitant par là même satisfaire les attentes de leurs principales parties prenantes. Aujourd'hui, les dispositions réglementaires nationales et internationales contraignent les entreprises les plus réticentes à s'engager dans cette voie.

A l'instar de Capron & Quairel (2003), le reporting sociétal peut se définir comme la « diffusion d'informations environnementales et sociales, produites par les entreprises à destination des tiers, simultanément ou indépendamment de la reddition financière ». Ce reporting sociétal prend généralement la forme d'un rapport le plus souvent qualifié de « sociétal » c'est-à-dire résumant les dimensions économiques, sociales et environnementales de la responsabilité de l'entreprise. Pesqueux (2002) définit ainsi les rapports sociétaux

comme « des rapports d'activité sur l'impact écologique et social des éléments de la politique de responsabilité sociale ».

1.1.2. Avancée des recherches sur le reporting sociétal

Conformément à Gray, Owen & Adams (1996), le reporting sociétal se définit sur la base de cinq dimensions : son sujet, son audience, sa forme, ses motivations et sa fiabilité. L'examen de la littérature révèle que les recherches antérieures se sont essentiellement focalisées sur les déterminants de cette nouvelle forme de communication, l'étude de ses supports, de son contenu et de ses destinataires. Même si la fiabilité de l'information a souvent été remise en cause (Oxibar, 2005), elle représente la dimension la moins étudiée au plan empirique. Aussi, nous allons effectuer une brève revue des travaux de recherche antérieurs avant d'exposer une perspective de recherche nouvelle visant à rassurer les destinataires du reporting sociétal quant à sa fiabilité.

De nombreuses recherches se sont attachées depuis le début des années 1980 à identifier les déterminants de la diffusion d'informations sociétales¹, à savoir les facteurs liés aux caractéristiques de l'entreprise, les facteurs externes et les facteurs internes. Plus récemment Damak-Ayadi (2004) montre que la décision de publier des rapports sociétaux est fortement et positivement corrélée à la réputation de l'entreprise à être sensible aux problèmes sociaux et environnementaux et à l'intérêt accordé par l'entreprise aux parties prenantes diffuses (organismes publics, collectivités locales, associations, organismes non gouvernementaux, opinion publique et autres, Pesqueux, 2002). L'auteur montre également que plus une entreprise est performante, moins elle opte pour la publication de rapports sociétaux et que le degré d'internationalisation de l'entreprise n'est pas un facteur explicatif. Oxibar (2005) élabore une grille d'analyse des diffusions et conclut à l'importance du processus politique lié aux différentes visibilités de l'entreprise (visibilité environnementale et éthique). Son analyse multi support fondée sur l'étude des rapports annuels et des sites internet permet également de démontrer une adaptation du discours de l'entreprise selon le public cible du média.

¹ Pour une revue de la littérature voir Damak-Ayadi (2005) et Pellé-Culpin (1998)

Pour de nombreux auteurs, le rapport annuel demeure le support de communication privilégié car il bénéficie d'un large potentiel de diffusion et d'un haut degré de crédibilité lié à son caractère réglementaire (Neu, Warsame & Pedwell, 1998 ; Gray, Kouhy & Lavers, 1995). Pourtant, bien que la loi sur les nouvelles régulations économiques (Loi NRE, Art 116, 2001) préconise l'insertion des conséquences environnementales et sociales de l'activité des entreprises cotées dans les rapports annuels, un nombre croissant d'entreprises opte pour un rapport sociétal distinct. Ainsi, en 2004, 16 entreprises du CAC 40 ont publié un rapport spécifique, soit une augmentation de plus de 50% depuis 2001. Or, Persais (2003) considère que la publication distincte du rapport annuel financier et du rapport sociétal traduit un comportement opportuniste dans la mesure où le rapport sociétal « se donne essentiellement pour objectif de corriger les excès que les exigences économiques génèrent sur le plan de la responsabilité sociale ». Or, la vision de performance globale (Reynaud, 2003) sous entend une prise en compte des intérêts de l'ensemble des parties prenantes et devrait donc encourager l'intégration des rapports financier et sociétal (Persais, 2003). Enfin, certains auteurs se sont interrogés sur le pouvoir informatif de supports de communication alternatifs au rapport annuel et démontrent l'intérêt de l'utilisation des brochures (Zéghal & Ahmed, 1992) et des sites internet (Oxibar, 2003) en tant que vecteurs d'information.

Le rapport sociétal est supposé s'adresser à un ensemble de parties prenantes liées de façon contractuelle à l'entreprise (clients, fournisseurs, personnel, actionnaires) ou pouvant simplement affecter ou être affectées par l'activité de l'entreprise (autorité publique, collectivités locales, associations, ONG, opinion publique...) (Pesqueux, 2002). La satisfaction des exigences informationnelles d'une multitude de parties prenantes semble toutefois constituer un objectif des plus ambitieux.

Persais (2003) montre que le choix du titre du rapport est représentatif des valeurs fondamentales de la démarche et de la relation que souhaite instaurer l'entreprise avec ses parties prenantes. Ainsi, le terme « partnership report » témoigne d'une volonté de l'entreprise d'instaurer une relation durable avec ses interlocuteurs sur la base de valeurs telles que le respect, la confiance et la compréhension mutuelle. L'emploi de l'expression « corporate social report » ou « corporate citizenship report » traduit davantage l'engagement de l'entreprise à respecter ses devoirs. Par contre, l'auteur montre que l'appellation « rapport de développement durable », présentant une connotation essentiellement environnementale, est peu utilisée car elle peut s'avérer réductrice voire inadaptée en fonction du secteur d'activité de l'entreprise. Enfin, des recherches empiriques ont donné lieu à la détermination de

catégories d'informations les plus couramment diffusées (Ernst & Ernst, 1978 ; Cormier & Magnan, 1999).

Cette revue de la littérature non exhaustive est destinée à mettre en exergue une voie de recherche encore peu ou pas explorée. Ainsi, la question de l'audit des informations environnementales et sociales en tant qu'instrument de crédibilisation du reporting sociétal semble pertinente. Considérant, au sens de la logique positive comptable (Watts & Zimmermann, 1990), que le reporting sociétal s'adresse prioritairement aux investisseurs, il convient de s'interroger sur leur actuelle prise en compte de ces informations dans leurs choix d'investissement et sur la confiance qu'ils y attribuent. L'audit sociétal est supposé pouvoir rassurer les investisseurs en attestant de la fiabilité des informations communiquées.

1.2. REVUE DE LA LITTÉRATURE THEORIQUE DE LA RSE ET PROPOSITION D'UN CADRE D'ANALYSE

La revue de la littérature théorique reflète les ambiguïtés du concept de responsabilité sociale des entreprises. Ainsi, la théorie néoclassique présente un point de vue purement capitaliste selon lequel la quête d'objectifs autres que la maximisation du profit est inutile et potentiellement nuisible. D'autres théories expriment la difficulté d'identifier les parties prenantes de l'entreprise, de déterminer et de prendre en compte leurs attentes. Leur examen révèle qu'il est difficile de considérer les parties prenantes de manière égalitaire et que l'entreprise cherche naturellement à répondre en priorité aux attentes des partenaires financiers dont elle dépend pour sa survie. Seule la théorie des parties prenantes se prononce en faveur d'un environnement décloisonné permettant une structuration mutuelle de l'entreprise et de la société constituée de multiples parties prenantes égalitaires. Enfin, les théories du contrat entreprise – société considèrent que les efforts fournis par les entreprises résultent d'une pression exercée par la société sur celles-ci et récusent par là-même tout comportement managérial volontaire.

Pour Friedman et l'école de Chicago, la seule responsabilité sociale de l'entreprise est celle de faire du profit. *« Peu d'évolutions pourraient miner aussi profondément les fondations mêmes de notre société libre que l'acceptation par les dirigeants d'entreprise d'une responsabilité sociale autre que celle de faire le plus d'argent possible pour leurs*

actionnaires. C'est une doctrine fondamentalement subversive. Si les hommes d'affaires ont une responsabilité autre que celle du profit maximum pour les actionnaires, comment peuvent-ils savoir ce qu'elle est ? Des individus privés auto-désignés peuvent-ils décider de ce qui est l'intérêt de la société ? » (Friedman, 1962). D'après Perez (2002), ce modèle repose sur « le principe de dissociation » opposant la sphère relative à l'activité économique et celle relative à la vie privée et publique. Le concept de responsabilité sociétale perd tout son sens dans la mesure où il ne s'inscrit pas dans une logique purement financière. Cette position théorique considère que toute prise de décisions doit avoir une justification financière dans la mesure où seule la relation entre les dirigeants et les actionnaires importe. La maximisation de la création de valeur actionnariale est le seul gage d'une décision opportune. Cette relation d'agence (Jensen & Meckling, 1976) a été élargie à l'ensemble des partenaires par Hill & Jones (1992) qui considèrent que la justification de la diffusion d'informations sociétales réside dans la réduction de l'asymétrie informationnelle pouvant exister entre le dirigeant et les parties prenantes de l'entreprise. En satisfaisant les besoins informatifs des divers partenaires, ce reporting permet avant tout à l'entreprise de se dédouaner et de justifier ses actions auprès des actionnaires, confortant ainsi son image d'entreprise responsable. L'atteinte de cet objectif suppose cependant que l'entreprise ait identifié au préalable ses parties prenantes essentielles et qu'elle soit parvenue à décrypter leurs exigences.

Les pères de la théorie de la dépendance à l'égard des ressources, Pfeffer & Salancik (1978) considèrent à ce titre que la détermination et la gestion des demandes des acteurs sociaux principaux conditionnent la survie et donc la pérennité de l'entreprise. Ainsi, les exigences exprimées par les principaux acteurs externes, à savoir les apporteurs de ressources indispensables à l'activité de l'entreprise, doivent non seulement être entendues mais également intégrées à la stratégie d'entreprise à travers des objectifs sociétaux explicites. Contrairement à la théorie néoclassique, cette approche ne conçoit pas que la logique financière et la responsabilité sociale soient deux orientations exclusives. La responsabilité sociale, qui se résume ici en la prise en compte dans la stratégie des exigences d'apporteurs de ressources dont l'entreprise a besoin pour survivre, se combine à la logique financière qui demeure essentielle. L'entreprise intègre les demandes des parties prenantes dans le but de les satisfaire mais surtout de bénéficier en retour de leur soutien (Pfeffer & Salancik, 1978).

L'intégration volontaire des attentes de divers partenaires sociaux à la prise de décision des entreprises est aussi et surtout le mot d'ordre de la théorie des parties prenantes. Elle se distingue des théories précédentes par sa conception égalitaire des parties prenantes que Freeman (1984) définit comme « *tout groupe ou individu qui peut affecter ou qui est*

affecté par l'accomplissement des objectifs d'une organisation ». Clarkson (1995) partage une définition plus réductrice en ne considérant que les groupes ou les personnes qui volontairement ou involontairement supportent un risque du fait de l'entreprise.

Ainsi, l'intégration volontaire des besoins des stakeholders aux décisions de l'entreprise évite de se voir formuler des réponses législatives coûteuses et réductrices de liberté. Donaldson & Preston (1995) qui envisagent l'entreprise comme « *une constellation d'intérêts coopératifs ou concurrents* », proposent une typologie de la théorie des parties prenantes qui présente une partie descriptive qui précise comment les organisations intègrent les exigences des parties prenantes, une partie instrumentale qui analyse la réponse des dirigeants et le bénéfice qu'ils en retirent et une partie normative qui précise comment les entreprises doivent se comporter avec leurs parties prenantes. La théorie descriptive ne permet pas d'établir une relation entre la gestion des différentes parties prenantes et les objectifs financiers de la firme. Par contre, la théorie instrumentale postule que plus les entreprises intègrent dans leurs stratégies les attentes de leurs parties prenantes, plus elles sont performantes. En effet, l'adéquation des décisions de l'entreprise avec les attentes des stakeholders contribue à les satisfaire, favorisant ainsi la bonne marche de l'entreprise. Les profits dégagés doivent permettre de rémunérer les détenteurs de ressources essentiels à la pérennité de l'entreprise. Enfin, la théorie normative stipule que les managers doivent respecter leurs obligations morales non seulement envers leurs actionnaires mais également envers l'ensemble des parties prenantes et ceci de façon égalitaire. Jones & Wicks (1999) ont proposé une théorie hybride des parties prenantes appelée, théorie convergente des parties prenantes. Elle est simultanément normative et instrumentale. « Cette théorie offre des standards normatifs de comportement et des arguments selon lesquels l'adhésion à ces standards conduira à des résultats moralement et pratiquement acceptables » (Persais, 2003). Cette théorie présente l'avantage de montrer comment l'adoption d'un comportement moral peut contribuer à l'atteinte des objectifs économiques. Freeman (1984) présente quant à lui le processus managérial selon trois niveaux d'inter-relations : le niveau rationnel, processuel et transactionnel.

La prise en compte par les entreprises des intérêts des parties prenantes n'est pas toujours appréhendée comme relevant d'un processus volontaire. Ainsi, Gendron (2000) considère que la responsabilité sociale ne résulte pas d'un comportement volontaire de l'entreprise mais de l'existence d'un contrôle social de la société sur l'entreprise. Comme cela peut être exigé des individus, on exige de l'entreprise un comportement moral qui découle de sa responsabilité sociale. Ce modèle repose sur le principe de l'intégration : « *La responsabilité globale n'est pas alors séparable du lien social qui accompagne l'acte*

économique » (Perez, 2002). Ce courant considère qu'il existe un contrat social entre l'entreprise et la société, par lequel la société reconnaît à l'entreprise la détention d'un droit d'utilisation des ressources physiques et humaines (Donaldson, 1983 ; Donaldson & Dunfee, 1994) ou d'un pouvoir consécutif aux services qu'elle rend dans la société (Davis, 1973). Que ce contrat relève d'une acceptation tacite de la société ou s'impose à elle du fait d'un jeu de pouvoir, il responsabilise l'entreprise vis-à-vis de la société. La responsabilité sociale n'est donc plus considérée comme résultant d'un comportement spontané des entreprises, elle s'impose à elles sur la base d'un contrat entreprise – société.

D'après la théorie de la légitimité, les entreprises doivent exercer leur activité dans le cadre des règles et normes acceptées par la société. Elles doivent apparaître légitimes c'est-à-dire « *donner l'impression partagée que les actions de l'organisation sont désirables, convenables ou appropriées par rapport au système socialement construit de normes, de valeurs ou de croyances sociales* » (Suchman, 1995). Les entreprises doivent donc sans cesse justifier leurs activités pour assurer la pérennité du contrat qui les lie à la société. Elles adoptent pour cela des stratégies de légitimation pour légitimer leur existence et intégration au sein de la société, tout en poursuivant leurs objectifs économiques qui conditionnent leur survie. Ces stratégies de légitimation correspondent aux moyens utilisés par les entreprises pour combler un éventuel déficit perçu entre les objectifs économiques et les objectifs de réponse aux attentes de la société. Une étude empirique réalisée par Antheaume (2001) a contribué à la détermination d'une stratégie de légitimation dite « stratégie de dénigrement des parties prenantes ».

La théorie politico-contractuelle est le cadre théorique envisagé dans la poursuite des travaux de recherche relatifs à la crédibilisation du reporting sociétal. Cette théorie présente effectivement l'avantage de concilier les apports de la théorie de la légitimité et de la théorie des parties prenantes à travers le prisme de la théorie de la réglementation et de la théorie de l'agence (Oxibar, 2003). Ainsi, la théorie de la réglementation reprend la dimension politique de la diffusion d'information propre à la théorie de la légitimité. Elle est selon nous susceptible d'apporter une justification à l'initiative des dirigeants d'entreprise en ce qui concerne la publication de leurs premiers rapports sociétaux. Il est ainsi supposé que ceux-ci se sont engagés à réaliser un reporting sociétal dans le but d'éviter des dispositions réglementaires coûteuses et contraignantes. Watts & Zimmermann (1978) justifient ainsi la publication des rapports sociétaux par la crainte des dirigeants de subir l'intervention du régulateur. La théorie de l'agence envisagée dans une perspective élargie (Hill & Jones, 1992)

permet quant à elle de reconnaître une utilité à l'information sociétale dans la gestion des contrats liant l'entreprise à l'ensemble des parties prenantes. Par conséquent, elle devrait permettre d'analyser l'intérêt accordé par les investisseurs au reporting sociétal ainsi que son éventuelle prise en compte dans leurs choix d'investissement.

2. L'AUDIT SOCIÉTAL : UN MOYEN DE RENFORCER LA CREDIBILITE DU REPORTING SOCIÉTAL

La nouveauté des rapports sociétaux, tant dans la forme que dans le fond, justifie le fait que des standards spécifiques de reporting et de vérification ne soient pas encore arrivés à maturité (Wallage, 2000). Les partisans du développement durable arguent que la comptabilité sociétale, son reporting et son audit viennent compléter des fonctions financières similaires, pour démontrer la performance à travers la « tripple bottom line » (Owen, Swift, Humphrey & Bowerman, 2000). Ils considèrent ainsi que le reporting sociétal est intégré au reporting financier. Loin de faire l'unanimité (Antheaume & Teller, 2001), cette conception positive du reporting sociétal suppose qu'il résulte d'une réelle volonté managériale de maximiser la valeur de l'entreprise (2.1). L'examen de la littérature empirique laisse toutefois entrevoir un défaut de fiabilité de cette information auquel l'audit est susceptible d'apporter des éléments de réponse (2.2).

2.1. JUSTIFICATION MANAGERIALE DU REPORTING SOCIÉTAL

La logique positive du reporting financier (Watts & Zimmerman, 1990) considère qu'une entreprise limite sa communication financière à des informations de nature à accroître sa valeur. Aussi, considérer que le reporting sociétal fait partie intégrante du reporting financier implique qu'il résulte d'une décision stratégique dans la politique de communication (2.1.1.), visant à faciliter l'appréciation de la valeur globale de l'entreprise par les investisseurs (2.1.2.).

2.1.1. Un reporting volontaire

D'après Michailesco (2000), il est nécessaire de reconstituer le processus de communication pour déceler la dimension volontariste de la diffusion d'information. Ce processus se déroule selon elle en quatre étapes : formalisation de la stratégie de communication, mise en œuvre, communication externe proprement dite et apprentissage par retour sur communication. Aussi, la dimension volontaire du reporting sociétal résulte de la définition préalable d'une stratégie de communication.

Par conséquent, la décision de diffusion d'informations peut être considérée comme une décision stratégique qui résulte d'un arbitrage entre les encouragements à dissimuler et les encouragements à diffuser des informations discrétionnaires (Cormier & Magnan, 1999 ; Depoers, 2000). D'après Cormier & Magnan (1999), ces coûts et bénéfices peuvent être dérivés de relations contractuelles aussi bien explicites qu'implicites avec les différentes parties prenantes. Ils donnent ainsi l'exemple d'une entreprise qui peut être amenée à subir des coûts si l'information diffusée est utilisée à son encontre par des parties extérieures. Par ailleurs, elle peut profiter de bénéfices si une diffusion supplémentaire, destinée à rassurer les investisseurs sur ses actions ou performances, suscite une réduction du coût du capital. Deux catégories de coûts sont susceptibles de déterminer le reporting environnemental d'une entreprise : les coûts d'information et les coûts de propriété résultant de la diffusion d'une information discrétionnaire.

L'état de l'art permet un recensement des arguments en faveur d'un reporting sociétal contenu ou transparent.

Rétention d'information

Evraert & Lacroix (2003) considèrent que les freins à la publication volontaire sont moins une question de mesure qu'une interrogation sur l'utilité pour la décision de la direction, des utilisateurs, du marché financier ainsi que la crainte d'informer la concurrence. Ce point de vue est partagé par Dye (1985) et Verrecchia (1983) qui considèrent que, même en l'absence de coûts de diffusion, les managers peuvent préférer faire de la rétention d'information s'il apparaît non bénéfique pour l'entreprise de diffuser une information privée. Ainsi, les managers s'abstiennent de communiquer s'ils considèrent que cette information n'est pas utile aux investisseurs ou qu'ils peuvent aisément se la procurer par leurs propres moyens en cas de besoin. La diffusion d'information est selon eux également injustifiée

lorsque certaines données sont susceptibles de générer des coûts de propriété dus à l'intervention préjudiciable de tierces parties. Li, Richardson & Thornton (1997) donnent l'exemple d'une entreprise exposée qui a tout intérêt à ne pas révéler ses problèmes environnementaux pour limiter les risques de sanction.

De plus, la rétention d'information est justifiée lorsque les investisseurs ne sont pas en mesure de déterminer la détention d'informations privées par les entreprises (Dye, 1985). De la même manière, Bewley & Li (2000) démontrent que les entreprises restreignent leur reporting quand plane une incertitude sur l'information détenue par les managers. Les auteurs mesurent cette incertitude par le savoir des outsiders sur l'exposition environnementale de l'entreprise et sa propension à polluer.

Décision de publication volontaire

Une situation financière favorable encourage les entreprises à opter pour une stratégie de communication transparente car elles ont davantage de facilités à absorber les éventuels effets négatifs induits par ce reporting (Cormier & Magnan, 1999). Barth, McNichols & Wilson (1997) s'intéressent quant à eux aux accidents environnementaux et rappellent que la SEC² oblige les entreprises à publier les informations sur les dettes environnementales, pour celles qui excèdent 5% du total des dettes. Ils montrent que, lorsque l'entreprise est tenue responsable d'incidents sur plusieurs sites, elle a tendance à diffuser toute l'information sur ses dettes environnementales tant que les autres entreprises incriminées sont peu enclines à utiliser ces données. Des arguments préventifs sont également avancés.

Grossman (1981) & Milgrom (1981) considèrent que les entreprises doivent révéler la totalité des informations dont elles disposent dans l'objectif de se prémunir contre une dévaluation injustifiée. En effet, en cas de doute sur les risques inhérents aux informations dissimulées par les managers, les investisseurs pourraient réduire leur estimation de la valeur des entreprises. Dans leur continuité, Bewley & Li (2000) démontrent que plus les entreprises sont grandes plus elles ont intérêt à diffuser des informations financières et non financières. En effet, ces entreprises sont supposées se comporter, du fait de leur taille, en bons citoyens et constituent donc la cible privilégiée des groupes de pression.

Verrecchia (1983) partage quant à lui un avis plus modéré, considérant que si une totale transparence est de nature à causer une diminution des cash flow, les entreprises

² SEC : Security of exchange commission

doivent se limiter à une diffusion d'informations favorables. Dans ce cas, les investisseurs, qui ne sont pas en mesure de savoir si la rétention d'information traduit une situation négative ou si les coûts engendrés par cette diffusion sont supérieurs aux bénéfices, ne diminuent pas la valeur de marché de l'entreprise.

Les efforts récents déployés par les entreprises pour apparaître socialement responsables témoignent d'une réelle volonté stratégique d'en retirer des avantages futurs ou du moins de limiter les risques de dévaluation liés à un comportement répréhensible. Il convient toutefois de se demander si les investisseurs reconnaissent l'information sociétale comme participant à une meilleure appréciation de la valeur de l'entreprise.

2.1.2. Prise en compte du reporting sociétal dans les décisions d'investissement

Conformément à la logique positive du reporting financier qui postule de manière générale que les managers ne dévoilent une information privée que lorsque celle-ci accroît la valeur de la firme (Watts & Zimmerman, 1990), il y a lieu de penser que l'information sociale et environnementale participe à une meilleure valorisation de l'entreprise. Pourtant, les recherches antérieures n'ont pas abouti à une relation claire entre le reporting sociétal et la performance financière (Gond, 2001). Plusieurs explications semblent pouvoir être apportées. Les investisseurs de type Friedmanien considèrent par exemple qu'une entreprise doit se concentrer sur les activités génératrices de profit direct sous peine d'être pénalisée par ses actionnaires. De plus, dans l'hypothèse où le reporting sociétal induirait effectivement un supplément de valeur de l'entreprise, se pose le difficile problème de sa mesure.

Les recherches antérieures visant à analyser la relation entre les performances sociétale et financière des entreprises ont donné lieu à des études dites « de réaction » qui sont de deux types : les études d'évènement et les études de laboratoire.

Méthodologie de l'étude d'évènement

La méthodologie de l'étude d'évènement vise à étudier la réaction des investisseurs à l'annonce d'un évènement particulier, ici la divulgation d'informations sociales ou environnementales. Toutefois, les travaux antérieurs n'ont pas abouti à une relation claire (Gond, 2001). Ainsi, alors que McWilliams & Siegel (2001) concluent à l'absence d'un lien significatif entre les performances sociétale et financière, Jones & Murrell (2001) se prononcent en faveur d'une relation positive. Ces derniers montrent qu'une entreprise

socialement performante envoie un signal positif aux investisseurs, ce qui se traduit par des rendements anormaux significatifs. Pour ce faire, Jones & Murrell (2001) étudient, sur la période 1989 – 1994, un échantillon de 51 entreprises, introduites pour la première fois dans la liste des entreprises socialement les plus attractives du magazine « Working Mother ». L'impact de l'introduction d'une firme dans cette famille d'entreprises socialement responsables est analysé par comparaison entre la rentabilité observée du titre à la suite de cet évènement et la rentabilité attendue en l'absence de tout évènement.

Cette méthodologie présente toutefois certaines limites, essentiellement relatives à la détermination de la date de l'évènement et à l'influence des éléments extérieurs sur le déroulement de la recherche. Celles-ci peuvent expliquer en partie les résultats parfois radicalement opposés des recherches précédentes et justifier le recours aux études de laboratoire.

Méthodologie des sondages d'expérience de prise de décision d'investissement

Chan & Milne (1999) ont simulé une situation de choix d'investissement consistant à répartir une somme de 50000 \$ entre deux entreprises, A et B, en fonction de deux stratégies d'investissement spécifiques, consistant à réaliser un investissement de long terme ou spéculatif. Trois échantillons aléatoires, composés chacun de 60 experts comptables et de 60 analystes, ont constitué un échantillon de contrôle, un échantillon de « saints » et un échantillon de « pécheurs ».

Les seuls états financiers (bilan, compte de résultat, tableau des flux de trésorerie, ratios financiers et prix des actions) de deux sociétés réelles, appartenant au même secteur industriel, ont été envoyés par mail aux individus de l'échantillon de contrôle. Les professionnels de l'échantillon des « saints » ont eu communication des mêmes états financiers, précédés d'une page introductive généraliste pour la société A. Pour la société B, une page communiquant des informations environnementales positives (politique et dépenses environnementales) a été ajoutée. Dans les données communiquées aux personnes de l'échantillon des « pécheurs » figurent exactement les mêmes informations que précédemment, si ce n'est que les informations environnementales ajoutées dans le rapport de la société B sont dans ce cas négatives (non respect des standards d'émission, non remplacement des vieilles technologies polluantes, priorité accordée aux préoccupations économiques).

Il est également demandé aux professionnels d'expliquer brièvement leur choix par des références précises aux informations fournies et de renseigner leur profession, âge et expérience, pour s'assurer qu'ils aient les compétences suffisantes à cette étude.

Rikhardsson & Holm (2005) ont sollicité une prise de décision de porte feuille entre deux entreprises, Alpha et Béta (pour lesquelles aucune information environnementale n'a été communiquée) ou Gamma (présentant des données environnementales). Leur échantillon est composé d'étudiants diplômés, « les novices », et de personnes expérimentées dans la prise de décision d'investissement à titre privé ou professionnel, « les investisseurs ».

L'instrument de recherche comprend deux parties. La première, généraliste, assure une description des deux entreprises. La deuxième correspond à un questionnaire sur des questions relatives aux répondants, sur la décision de porte feuille, sur l'utilité et à la suffisance des informations fournies.

Belkaoui (1980) réalise son étude sur la base d'un échantillon de 225 individus (étudiants, banquiers, comptables) et selon une méthodologie équivalente.

Les résultats de l'étude de Chan & Milne (1999) révèlent que les investisseurs réagissent significativement et négativement à la diffusion d'informations environnementales défavorables. Parmi les entreprises qui s'acquittent mal de leurs obligations environnementales, celles qui communiquent sont davantage pénalisées.

Par contre, la réaction des professionnels est complexe et non significative en présence d'un reporting positif. Ainsi, certains investisseurs sont incités à investir dans ces entreprises alors que d'autres craignent que les dépenses environnementales soient excessives et non nécessaires.

Rikardsson & Holm (2005) concluent que toute information environnementale additive est valorisée de façon positive dans les décisions d'investissement. Il semblerait que les « investisseurs » prennent davantage en compte ces informations dans leurs décisions de court terme tandis que les « novices » les considèreraient davantage dans une optique de long terme. Toutefois, l'impact de ces informations s'avère peu significatif sur les décisions d'investissement, lorsque celles-ci sont communiquées simultanément à d'autres types d'informations.

Enfin, Belkaoui (1980) démontre que l'expérience et le niveau d'éducation favorisent la capacité d'interprétation et l'utilisation de ces informations. L'impact du reporting relatif aux coûts de réduction de la pollution est significatif dans la prise de décision d'investissement des banquiers.

Ces études ne permettent pas de tirer de conclusions générales mais présentent l'avantage de simuler une situation réelle de choix d'investissement. Elles font apparaître l'intérêt des recherches s'intéressant à la participation effective de ces informations aux prises de décisions d'investissement. Toutefois, la survalorisation des informations négatives, traduisant des actions souvent visibles, par rapport aux informations positives, laisse présager un défaut de crédibilité sur le comportement effectivement responsable des entreprises. Aussi, il y a lieu de s'interroger sur la confiance accordée par les investisseurs à ces informations sociétales. Etant reconnu et légitime que l'audit suscite la confiance et l'intensifie (Power, 2005), l'audit des informations environnementales et sociales n'est-il pas en mesure de rassurer les investisseurs ?

2.2. AUDIT DU REPORTING SOCIÉTAL

L'audit est rendu nécessaire lorsque « quatre personnes effectuant une tâche ensemble, charger des camions par exemple, se rendent compte que le risque que l'un d'entre eux tire au flanc est tel qu'ils engagent une cinquième personne pour surveiller leur travail » (Perrow cité par Power (2005)). S'agissant du reporting sociétal, les entreprises sollicitent un audit dans le but de garantir la transparence des informations publiées sur leur comportement responsable. L'audit des informations sociales et environnementales résulte donc d'un arbitrage positif entre les avantages et les inconvénients identifiés (De Moor & De Beelde, 2005). Ainsi, l'audit contribue à la réduction des risques et à l'assurance de la fiabilité des données (Unhee, 1997), mais il a un coût (Unhee, 1997) et peut malencontreusement affecter l'image de l'entreprise à l'occasion de révélations négatives (Balikov & Jain, 1996). L'audit environnemental est défini par Maltby (1995) comme « un outil de management comprenant une évaluation systématique, documentée, périodique et objective de la manière dont l'organisation, la gestion et les équipements environnementaux sont performants et s'inscrivent dans l'objectif de sauvegarde de l'environnement en facilitant le contrôle des pratiques environnementales et en assurant leur conformité aux dispositions organisationnelles et réglementaires ».

Or, poser la question de l'audit environnemental et social revient à s'interroger sur l'auditabilité de ces informations. La logique de l'auditabilité (Power, 2005) exige la création d'un processus auditable doté de caractéristiques observables et répond à un double projet :

- un projet de normalisation : l'organisation interne d'une entreprise est auditable si elle répond à un modèle interne rationnel et légitime permettant de comparer les caractéristiques singulières des entreprises sur la base d'un schéma unique (2.2.1.)
- un projet d'externalisation : l'audit est vu comme un moyen de soumettre les entreprises à un regard externe (2.2.2.)

2.2.1. Construction de l'audité

En l'absence de principes de reporting sociétal généralement admis, la mission d'audit consiste à vérifier les informations diffusées par les entreprises sur la base de critères, tels que ceux proposés par la loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE), les lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) ou encore les normes ISO 14001, SA8000 ou le système de management environnemental européen EMAS. Ces critères permettent aux entreprises de structurer leur organisation interne et constituent par là-même une condition essentielle de l'auditabilité.

La loi NRE

La loi NRE du 15 mai 2001 et son décret d'application 2002-221 de février 2002, imposent aux entreprises cotées en France et de droit français de publier dans leur rapport de gestion des données sur « la manière dont-elles prennent en compte les conséquences sociales et environnementales de leur activité » (Art. 116, loi n°2001-420). Deux études principales ont analysé la manière dont les sociétés françaises remplissent leurs obligations légales et avec quels résultats.

ETUDES	METHODOLOGIE	RESULTATS
MEDEF et Price WaterHouse Coopers (2003)	Echantillon : 36 entreprises du CAC 40 Appréciation du respect des dispositions légales : Analyse des documents publics sur la base des indicateurs imposés par la loi NRE	Reporting plus étoffé sur les données sociales Défaut d'informations quantitatives Prise de conscience des entreprises sur la responsabilité sociale Des efforts restent à accomplir pour améliorer la qualité des rapports.
Le centre	Echantillon : Entreprises du SBF 120 Nature de l'information : sociale Appréciation de la conformité des informations : analyse de contenu à partir d'une liste de 22 critères	Les sociétés du CAC 40 s'affranchissent mieux de leurs obligations légales que les autres entreprises de l'échantillon

d'études économiques et sociales du groupe Alpha (2003)	obtenus après regroupement de certains indicateurs présentés dans le décret Appréciation de la qualité : attribution de scores en fonction de l'exhaustivité, c'est-à-dire du périmètre couvert par les données, et de la pertinence : « rien » : information absente (0) : information présente mais qualité faible (1) : une seule information (2) : plusieurs informations pour un même critère (3) : plusieurs informations commentées	La mesure de la conformité et de la qualité des informations s'avère dans l'ensemble décevante
--	--	--

La loi NRE constitue un cadre de référence minimal mais vraisemblablement inadapté à la diversité des secteurs d'activité. Le cabinet Price WaterhouseCoopers la considère illogique dans la mesure où elle fixe comme périmètre la seule société cotée alors que l'essentiel des nuisances semble provenir des filiales (Igalens, 2004). L'absence de sanction en cas de non respect des dispositions légales participe également à la faible prise en compte de cette loi par les entreprises.

Les lignes directrices de la GRI

Elles sont censées guider les entreprises pour produire un document standardisé destiné à rendre des comptes aux parties prenantes, afin de fournir un reporting sociétal d'une qualité équivalente à celle du reporting comptable et financier.

Si ces lignes directrices ont effectué plusieurs emprunts au cadre comptable (pertinence, intelligibilité, célérité, comparabilité, vérifiabilité et neutralité), elles se caractérisent par deux méta-principes particuliers que sont les principes d'inclusivité et de transparence (Capron & Quairel, 2003). Deux études empiriques afférentes aux lignes directrices de la GRI méritent d'être examinées.

ETUDES	METHODOLOGIE	RESULTATS
Terra-Nova (2003)	Echantillon : sociétés du SBF 120 Observatoire des pratiques de reporting social et environnemental Analyse de contenu des rapports annuels publiés en 2002 Attribution de scores : 0 : information non présentée 3 : information communiquée, pertinente et complète La couverture du reporting est appréciée en fonction du chiffre d'affaires ou des effectifs propres aux entités concernées.	Amélioration des pratiques en 2002 par rapport à 2001 Elargissement de la couverture des indicateurs de la GRI Six grandes familles ont été identifiées en fonction de l'équilibre du rapport et de la couverture de ces indicateurs : « les pionniers globaux, les pionniers performance, les avancés, les peut mieux faire, les retardataires et les totalement non concernés » Une analyse des indicateurs fait apparaître que certaines données sont souvent communiquées (ex : la répartition de la main d'œuvre), et d'autres très rarement (ex : les déversements de produits chimiques) Des différences sectorielles sont également soulignées

Chauvey, Giordano- Spring & Naro (2004)	Echantillon : entreprises du CAC 40 Application des principes de la GRI, dans le rapport sociétal des entreprises Les principes de la GRI ont été résumés en 7 thèmes : prise en compte des parties prenantes, transparence, vérification/audit, exhaustivité, neutralité, comparabilité et périodicité Elaboration de questionnaires et analyse factorielle	Les sociétés étudiées appliquent peu les principes de la GRI, même si ces principes sont reconnus par tous comme étant la référence essentielle en terme de reporting social et environnemental Identification des types de profils d'entreprises en fonction de leur niveau d'adoption de ces principes : la classe 1 : communiquent mais appliquent peu les principes la classe 2 : communiquent peu ou pas du tout la classe 3 : communiquent en respectant les principes Ces résultats tendraient à suggérer que ce reporting pourrait être considéré comme un support indirect de communication s'adressant aux investisseurs et suscitant de la confusion dans les conflits d'agence
--	---	---

L'insuffisante application de ces critères, souvent mal adaptés, complique l'intervention des vérificateurs contraints à adapter leur processus de vérification aux informations communiquées. De plus, il y a lieu de se demander si la focalisation de la communication sur des informations de nature auditable ne contribue pas à avoir une préférence risquée pour des données en réalité moins pertinentes.

2.2.2. Réalisation d'une vérification externe

Conformément à la logique positive comptable, considérer que le reporting sociétal fait partie intégrante du reporting financier suppose que l'audit sociétal puisse être effectué selon une démarche analogue à son homologue financier. Il convient dès lors de s'interroger sur la méthodologie de vérification employée ainsi que sur le rôle des comptables dans l'exercice des audits sociétaux.

Processus de vérification du reporting sociétal

Les audits financiers et de développement durable présentent des méthodologies équivalentes (De Moor & De Beelde, 2005). Ainsi, la réalisation de l'audit sociétal se déroule selon Humphrey & al (2000) de la manière suivante. L'audit débute par une première réunion qui, après présentation de l'équipe d'audit à la direction de l'entreprise, donne lieu à la détermination des objectifs et du périmètre de l'audit. Les auditeurs doivent ensuite s'efforcer de comprendre le système de management de l'entreprise par la visite des sites à auditer, la

réalisation d'entretiens, quelques tests de vérification...et réaliser un diagramme de circulation des informations représentant les forces et les faiblesses du système de contrôle interne. Cette première phase de l'audit, encore appelée pré-audit, facilite une correcte planification de la mission, permettant ainsi d'éviter la rupture du processus de vérification et les interférences éventuelles avec le fonctionnement normal de l'entreprise (Unhee, 1997).

L'équipe d'audit doit ensuite collecter des informations sur les points forts et faibles de l'entreprise sur la base d'enquêtes, d'observations, de tests de vérification. La plupart du temps, un protocole d'audit est élaboré et constitue une référence pour la poursuite de la mission. Il prend la forme d'une liste d'éléments à vérifier ou d'un questionnaire. La mission de vérification se termine souvent par une réunion de présentation des résultats de l'audit aux employés de l'entreprise. Un rapport d'audit est ensuite rédigé et donne lieu à un avis relatif à une assurance faible, modérée ou, rarement, élevée sur les données. Il arrive que la mission des auditeurs se limite à la vérification des systèmes et procédures internes qui permettent l'élaboration du reporting sociétal. Les techniques de collecte d'informations à savoir, les enquêtes, observations, inspections, estimations, confirmations et procédures analytiques, rappellent largement les méthodes financières traditionnelles (Wallage, 2000).

Toutefois, les audits financiers et de développement durable présentent également certaines différences. Ainsi, alors que l'audit financier est statutaire, annuel, externe, centré sur le contrôle et se fonde sur les principes comptables généralement acceptés, l'audit environnemental est volontaire, de fréquence variable, orienté sur la gestion interne, dépendant de diverses normes de performance et focalisé sur les problèmes d'environnement (ICC³, 1991). L'audit financier est perçu comme une pratique réglementaire pouvant accessoirement être considérée comme un instrument de gestion et l'audit environnemental est un instrument de gestion pouvant jouer un rôle réglementaire (Power, 2005).

Le rôle des comptables dans la réalisation d'audits environnementaux

Malgré les similitudes entre le processus d'audit financier, domaine où les professionnels comptables sont en situation de monopôle, et le processus d'audit de développement durable, les comptables manifestent quelques réticences à s'engager dans cette voie (De Moor & De Beelde, 2005). Ces craintes se justifient par la nature non réglementée

³ International Chamber of Commerce

du processus d'audit. En effet, les auditeurs préfèrent réaliser leurs missions conformément à un ensemble de principes formels ou informels généralement acceptés (De Moor & De Beelde, 2005). Or, en ce qui concerne l'audit sociétal, il n'existe pas de principes universellement admis et les différentes tentatives de normalisation s'avèrent imparfaites (normes ISAE 100 et AA⁴ 1000). Elles se heurtent notamment à la difficulté de devoir apprécier de façon simultanée la qualité des informations communiquées ainsi que leur exhaustivité. « La prudence des auditeurs ...traduit bien la distance qui sépare la normalisation des états financiers et l'apparente normalisation des rapports sociétaux » (Quairel, 2004). Pourtant, les comptables bénéficient de plusieurs atouts : les cabinets auxquels ils appartiennent leur permettent de se constituer en équipes multidisciplinaires, ils ont l'expérience de la coopération avec d'autres experts, sont reconnus pour être indépendants et peuvent tirer profit de leur réputation (Wallage, 2000). « Les comptables semblent donc avoir pleinement leur rôle à jouer dans l'exercice de la responsabilité sociale des entreprises » (Quairel, 2004).

Dans le cas de l'audit des informations environnementales et sociales, l'interdisciplinarité entre comptables, ingénieurs, avocats... est la norme. L'auditeur n'est pas supposé posséder toutes les connaissances économiques, sociales et environnementales requises mais doit être capable de détecter la nécessité de faire appel à des spécialistes et d'en apprécier les compétences (Power, 1997). De plus, les auditeurs doivent satisfaire les conditions d'indépendance (Gray, 2001 ; Karapetrovic & Wilborn, 2000), d'intégrité (Gray, 2001), d'objectivité (Karapetrovic & Wilborn, 2000), disposer de connaissances professionnelles suffisantes (Gray, 2001) et parvenir à des conclusions identiques dans des circonstances similaires (Karapetrovic & Wilborn, 2000).

Toutefois, l'intervention des comptables n'est pas unanimement considérée comme étant pertinente. Ainsi, Owen & al. craignent que l'intervention de consultants, financièrement intéressés, nuise à l'objectivité de l'évaluation. Gray (2000) considère encore que les audits sociaux et environnementaux apportent une faible valeur ajoutée du fait de l'insuffisante qualité du processus d'audit.

⁴ AccountAbility

CONCLUSION

L'intégration du reporting sociétal au reporting financier suppose que cette information participe à une meilleure appréciation de la valeur de l'entreprise et qu'elle puisse être auditée. D'après une étude exploratoire réalisée sur la base d'entretiens auprès d'un public d'auditeurs, l'essor du reporting sociétal semble se justifier par sa contribution à une meilleure appréciation de la valeur globale de l'entreprise. Cette justification s'inscrit dans la continuité de la logique positive du reporting financier (Watts & Zimmerman, 1990) qui postule que les entreprises délimitent leur communication financière aux informations de nature à accroître la valeur de la firme. Ainsi, ces deux formes de communication seraient mues par un objectif financier commun. Pourtant, les travaux de recherches antérieurs relatifs au lien entre la diffusion d'information sociétale et la performance financière font apparaître des résultats controversés et parfois même radicalement opposés. Dès lors, il y a lieu de s'interroger sur la crédibilité associée à l'information considérée et sur les moyens de renforcer la confiance des investisseurs. De la même manière que l'audit financier est considéré comme le garant de la fiabilité des états financiers, la réalisation d'un audit sociétal est supposée rassurer les investisseurs et ainsi favoriser la prise en compte de ces informations dans leurs choix d'investissement.

Alpha Etudes (2003), "Les informations sociales dans les rapports annuels: quelle application de la loi NRE? – Une étude sur les sociétés du SBF 120 », Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Antheaume N. & Teller R. (2001), "Quel regard vers d'autres formes de comptabilité: comptabilité sociétale et environnementale", *Faire de la recherche en comptabilité financière*, sous la direction de Dumontier P. & Teller R. (2001), FNEGE, Paris, pp 85-99.

Antheaume N. (2001), « La diffusion volontaire d'informations environnementales : Le cas de la Cogema », *Communication au congrès de l'AFC*, 2001.

Barth M.E., McNichols M.F. & Wilson G.P. (1997), "Factors influencing firms' disclosure about environmental liabilities", *Review in accounting studies*, 2: 35-65.

Belkaoui A. (1980), "The impact of socio-economic accounting statements on the investment decision: an empirical study", *Accounting, Organisations and Society*, 5 (3): 263 – 283.

Bewley K. & Li Y. (2000), "Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: a voluntary disclosure perspective", *Advances in environmental accounting and management*, 1: 201-226.

Bowen (1953), *Social responsibilities of the business man*, New York: Harper & Row.

Cahill L.B. (2002), "Conducting third-party evaluations of environmental, health and safety audit programs", *Environmental quality management*, Vol. 11, Iss. 3, pp 39-49.

Capron M. & Quairel F. (2003), « Reporting sociétal : Limites et enjeux de la proposition de normalisation internationale, Global Reporting Initiative », *Communication au congrès de l'AFC* de 2003.

Carroll A.B. (1979), "A three dimensional conceptual model of corporate social performance", *Academy of Management Review*, 18, 49-58.

Carroll A.B. (1999) "Corporate social responsibility – Evolution of a definitional construct", *Business and Society*, sep 1999, 38, 3, pp 268-295.

Carroll A.B. (1999), "Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct", *Business and society*, 38 (3): pp 268 – 295.

Chan C.C. & Milne M.J. (1999), "Investor reactions to corporate environmental saints and sinners: an experimental analysis", *Accounting and business research*, Vol. 29, n°4, pp 265 – 279.

Chauvey J.N., Giordano-Spring S. & Naro G. (2004), "L'adoption des principes de la Global Reporting Initiative dans le reporting environnemental et social des entreprises françaises : Une étude exploratoire sur les entreprises du CAC 40 », *Communication au congrès de l'ADERSE –Regards croisés sur le développement durable*, octobre 2004.

Clarkson M.B.E. (1995), "A stakeholder frameworkfor analysing and evaluating corporate social performance", *Academy of Management Review*, vol. 20, n°1, pp 92-117.

Cormier D. & Magnan M. (1999), "Corporate environmental disclosure strategies: determinants, costs and benefits", *Journal of accounting, auditing and finance*, 14 (4): 429-451.

Damak-Ayadi S. (2004), *La publication des rapports sociétaux par les entreprises françaises*, Thèse en Sciences de gestion, Université de Paris 9 Dauphine, Paris.

Damak-Ayadi S. (2005), « Analyse des facteurs explicatifs de la publication des rapports sociétaux en France », *Communication au congrès de l'AFC*, Lille, mai 2005.

Davis K. (1973), "The case for and against business assumption of social responsibilities", *Academy of management review*, 2 (3): pp 70 – 76.

De Moor P. & De Beelde I. (2005), "Environmental auditing and the role of the accountancy profession: a literature review", *Communication au congrès de l'European accounting association*.

Depoers F. (2000), « L'offre volontaire d'information des sociétés cotées : concept et mesure », *Comptabilité Contrôle Audit*, Tome 6, Vol. 2, pp. 115-131.

Donaldson T. & Dunfee T.W. (1994), "Toward a unified conception of business ethics: integrative social contrast theory", *Academy of management review*, 37 (4): pp 414 – 446.

Donaldson T. & Preston L.E. (1995), "The stakeholder theory of corporation: concepts, evidence and implications", *Academy of Management Review*, Vol. 20, n°1, pp. 65-91.

- Dye R.A. (1985), "Disclosure of non-proprietary information", *Journal of accounting research*, 23 (1): 123-145.
- Eilbert H. & Parket I.R. (1973), "The current status of corporate social responsibility", *Business horizons*, 16.
- Ernst & Ernst (1978), *Social responsibility disclosure*, 1978 Survey, Ernst & Ernst, Cleveland, OH.
- Etude MEDEF & PricewaterhouseCoopers (2003), « Prise en compte de l'article 116 de la loi NRE dans le rapport de gestion des entreprises du CAC 40 », pwcglobal.com.
- Evraert S. & Lacroix M. (2003), « Responsabilité sociétale et reporting de la performance », *Cahiers de l'ERFI*, Vol. 10, n°2/3, Tome 1, pp. 53-59.
- Freeman R.E. (1984), *Strategic management: a Stakeholder Approach*, Marshall, M.A. Pitman, Boston.
- Friedman M. (1962), *Capitalism and freedom*, University of Chicago Press, Chicago.
- Gendron C. (2000), "Enjeux sociaux et représentations de l'entreprise", *Ethique et Economie : l'impossible (re)mariage?* *Revue du MAUSS*, n°15, La Découverte, Paris, pp. 321-325.
- Germain C. & Trebucq S. (2003), « L'intégration des dimensions sociétales dans le pilotage de la performance de l'entreprise : problématiques et conjectures », *Communication au colloque AUDENCIA*, Nantes.
- Gond J.P. (2001), "L'éthique est-elle profitable? L'étude des interactions entre performance sociétale et performance financière", *Revue française de gestion*, n° 136, décembre, pp 77 – 85.
- Gond J.P. (2003), « La prise en compte du concept de « responsabilité sociale », *Groupe de travail ORSE*, juin 2002-mars 2003.
- Gray R. (2001), "Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what have we learnt? *Business ethics: a European review*, vol. 10, n°1, pp 9-15.
- Gray R. (2000), "Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: a review and comment", *International Journal of Auditing*, vol. 4, iss. 4, pp 247-268.
- Gray R., Kouhy R & Lavers S. (1995), "Methodological themes: Constructing a research database of social and environmental reporting of the UK companies", *Accounting, auditing and accountability journal*, vol. 8, n°2, pp 78-101.
- Gray R.H., Owen D.L. & Adams C. (1996), *Accounting and Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*, London, Prentice-Hall.
- GRI, "Lignes directrices pour le reporting développement durable", version 2002, 2003, site : globalreporting.org/guidelines/Guidelines2002_FR.pdf.
- Grossman S. (1981), "The role of warranties and private disclosure about product quality", *Journal of law and economics*, 24 (3): 461-483.
- Hill C.W.L. & Jones T.M. (1992), "Stakeholder-Agency Theory", *Journal of Management Studies*, Vol. 29, n° 2, pp. 131-155.
- Humphrey N. Hadley M. & Baxter M. (2000), *Environmental auditing*, Palladian Law Publishing, Bembridge, 229 pp.
- ICC (1991), *Effective environmental audit*, Paris: International Chamber of Commerce.
- IFAC (2000), International standard on assurance engagements, 100 Site IFAC.
- Igalens J. (2004), "Comment évaluer les rapports de développement durable", *Revue française de gestion*, Vol. 30, n° 152, septembre-octobre, Dossier le développement durable.
- Jensen M. & Meckling W. (1976), "Theory of the firm: managerial behaviour, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, 3: 305-60.
- Jones J.M. & Wicks A.C. (1999), « Convergent stakeholders theory », *The Academy of Management Review*, vol. 24, n°2, pp 206-221.
- Jones R. & Murrell A.J. (2001), "Signaling positive corporate social performance – An event study of family-friendly firms", *Business & Society*, Vol. 40, n°1, mars, pp 59-78.
- Karapetrovic S. & Wilborn W. (2000), "Quality assurance and effectiveness of audit systems", *The international journal of quality and reliability management*, vol. 17, Iss. 6, pp 679.
- Li Y., Richardson G.D. & Thornton D.B. (1997), "Corporate disclosure of environmental liability information: theory and evidence", *Contemporary accounting research*, 14 (3): 435-474.

- Maltby J. (1995), "Environmental audit: theory and practices", *Managerial Auditing Journal*, vol. 10, Iss. 8, pp 15-26.
- Michaïlesco C. (2000), « Perspectives pour la recherche sur les déterminants de l'offre d'information des entreprises », *Comptabilité – Contrôle – Audit*, Numéro spécial, décembre 2000, pp 83 – 94.
- Milgrom P. (1981), "Good news and bad news: representation theorems and applications", *Bell Journal of economics*, 12: 380-391.
- Neu D., Warsame H. & Pedwell K. (1998), "Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports", *Accounting, Organizations and Society*, vol. 23, n°3, pp 265-282.
- Owen D.L., Swift T.A., Humphrey C. & Bowerman M. (2000), "The new social audits: accountability, managerial capture or the agenda of social champions?" *The European accounting review*, 9: 1, 81 – 98.
- Oxibar B. (2003), *La diffusion d'informations sociétales dans les rapports annuels et les sites internet par les entreprises françaises*, Thèse en Sciences de Gestion, Université de Paris 9 Dauphine, Paris.
- Oxibar B. (2005), « La diffusion d'information sociétale : outils de mesure et déterminants – Une comparaison multi-supports », *Communication au congrès de l'AFC*, Lille, mai 2005.
- Pellé-Culpin I. (1998), *Du paradoxe de la diffusion d'informations environnementales par les entreprises européennes*, Thèse en Sciences de Gestion, Université de Paris 9 Dauphine, Paris.
- Perez R. (2002), « A propos de responsabilité globale en management », *Communication à la IXème journée François Perroux – Une mondialisation apprivoisée est-elle possible ?* Lyon.
- Persais E. (2003), « Le rapport de développement durable (ou stakeholders' report) : un outil pour une gouvernance sociétale de l'entreprise ? », *Communication à la Journée du Développement Durable et Entreprise*, Association Internationale de Management et Stratégie, Angers, France.
- Pesqueux Y. (2002), *Organisations: Modèles et représentations*, Editions PUF, Paris.
- Pfeffer J., Salancik G.R. (1978), *The external control of the organizations*, Harpers and Row, New York.
- Power M. (1997), « Expertise and the construction of relevance : accountants and environmental audit », *Accounting, Organizations and Society*, vol. 22, n°2, pp 123-146.
- Power M. (2005), *La société de l'Audit – L'obsession du contrôle*, Editions La Découverte, Collection « Entreprise & Sociétés, Paris, 2005.
- Quairel F. (2004), « Responsable mais pas comptable: analyse de la normalisation des rapports environnement et sociaux », *Comptabilité Contrôle Audit*, Tome 10, vol. 1, juin 2004.
- Reynaud E. (2003), "Développement durable et entreprise: vers une relation symbiotique", *Communication à la Journée AIMS, ESSCA*, Angers, mai 2003.
- Rikhardsson P. & Holm C. (2005), "Does environmental information matter to investors?", *Communication au congrès de l'European accounting association*.
- Suchman M.C. (1995), « Managing legitimacy: strategic and institutional approaches », *Academy of Management Review*, vol.20, n°3, pp. 571-610.
- Terra-Nova Conseil (2003), « Observatoire des pratiques de reporting social et environnemental des entreprises cotées françaises, Etude des rapports annuels 2002 des entreprises du SBF 120 à l'aide des lignes directrices de la Global Reporting Initiative », Rapport de synthèse.
- Unhee K. (1997), *Environmental and safety auditing: program strategies for legal, international and financial issues*, Lewis Publishers, United States of America, 226 pp.
- Verrecchia R.E. (1983), "Discretionary disclosure", *Journal of accounting and economics*, 5: 179-194.
- Wallage (2000), "Assurance on sustainability reporting: an auditor's view", *Auditing: a journal of practice & theory*, Vol. 19, Supplement.
- Watts R.L. & Zimmerman J.L. (1978), "Towards a positive theory of the determination of accounting standards", *The Accounting Review*, n°1, pp 112-134.
- Watts R.L. & Zimmerman J.L. (1990), « Positive accounting theory : a ten year perspective », *The accounting review*, Vol. 65, n°1, janvier, pp 131-156.